

**PENGARUH PERSEPSI AUTENTIK TERHADAP CITRA DESTINASI
SERTA IMPLIKASINYA KEPADA KEPUASAN WISATAWAN
DI DESTINASI BUDAYA (STUDI KASUS DI KOTA YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Pariwisata

Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Oleh

Nurul Hasanah

1605016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2020

NURUL HASANAH, 2020

**PENGARUH PERSEPSI AUTENTIK TERHADAP CITRA DESTINASI SERTA IMPLIKASINYA KEPADA
KEPUASAN WISATAWAN DI DESTINASI BUDAYA (STUDI KASUS DI KOTA YOGYAKARTA)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH PERSEPSI AUTENTIK TERHADAP CITRA DESTINASI
SERTA IMPLIKASINYA KEPADA KEPUASAN WISATAWAN
DI DESTINASI BUDAYA (STUDI KASUS DI KOTA YOGYAKARTA)**

Oleh
Nurul Hasanah

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Nurul Hasanah 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2020

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Nurul Hasanah

1605016

PENGARUH PERSEPSI AUTENTIK TERHADAP CITRA DESTINASI SERTA IMPLIKASINYA KEPADA KEPUASAN WISATAWAN DI DESTINASI BUDAYA (STUDI KASUS DI KOTA YOGYAKARTA)

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., Par., MM.

NIP. 19810522 201012 1 006

Pembimbing II



Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si.

NIP. 19880703 201504 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., Par., MM.

NIP. 19810522 201012 1 006

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Autentik terhadap Citra Destinasi serta Implikasinya kepada Kepuasan Wisatawan di Destinasi Budaya (Studi Kasus di Kota Yogyakarta)”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan dan tidak ada di dalamnya yang merupakan plagiat dari hasil karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2020

Nurul Hasanah

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur Kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas Rahmat dan Karunia-Nya, tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurah limpah kepada junjunan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pariwisata (S.Par) Program Studi Manajemen Resort & Leisure di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari tidaklah mudah untuk menyelesaikan skripsi tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik selama perkuliahan sampai dengan penyusunan skripsi. Maka dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta nikmat sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orangtua penulis, Bapak Momon dan Ibu Sukaesih terima kasih karena selalu memberikan segala yang terbaik dalam bentuk doa, dukungan, materi dan lainnya bagi penulis.
3. Kedua Kakak penulis, Ida Suryati dan Iwan Hidayat yang selalu membantu penulis dalam segala hal.
4. Bapak Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Resort & Leisure, juga sebagai pembimbing I skripsi yang selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Ibu Khoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., MSi., selaku dosen pembimbing II skripsi, terima kasih karena sudah membimbing dan memberikan ilmunya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf Program Studi Manajemen Resort & Leisure, terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang sudah diberikan kepada penulis, semoga hal tersebut dapat memberi manfaat pada penulis.
7. Teman-Teman Riweuh Squad, Ghina Desy Agia, Naufalika Anggi Z, Rena Tresnawati, Azka Fania Karima, Ananda Putri Pertiwi, terima kasih karena sudah menjadi sahabat yang baik, menemani masa perkuliahan penulis di MRL

dari awal sampai akhir, terima kasih karena selalu memberikan dukungan dan bantuan bila penulis menghadapi kesulitan, serta menjadi menjadi tempat berkeluh kesah bagi penulis.

8. Nurul Pratiwi, Andrian, M. Nur Ali, Lutfi Yusuf, Nur Ahmad, Jamal Kamaludin, Faisal, Banin, Fajar, Yoga, Aldian Sidiq, Rivan Nur Fauzi terima kasih sudah menjadi teman yang baik bagi penulis selama berkuliah di MRL.
9. Seluruh teman-teman MRL angkatan 2016 yang sedikit banyak punya cerita dalam perjalanan kuliah penulis di MRL. Terima kasih telah menjadi teman dan pelanggan yang baik untuk penulis.
10. Teman-teman KKN. Ciwi Rimbil Sayati Meilin Nolika, Mayang Apsari, Hanum Luthfiah S, Murniati Lestari, Anggun Sri Rejeki dan juga Farin, terima kasih sudah menjadi partner yang menyenangkan
11. Teman-Teman SMK, Shafira Agita, Yulinda Saputri, Kholifah Aviani, Lisnawati SLR, Vany Varha Vauzia, Siska Suryati, Ali, Rani, Anisa, Rina terima kasih karena sudah menjadi teman yang baik bagi penulis.
12. Staf Bidang Kebudayaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Bandung, Bapak Dr. Aten Sonadi M.Si, Ibu Yanti Irianti, S.Sn, Ibu Atih Yuliatih, Ibu Dini Hayati M.Si, Teh Nenden Yayu Destiana S.Pd, terima kasih karena sudah memberikan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis dan selalu memberikan dukungan pada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
13. Seluruh orang-orang baik yang membantu penulis dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini baik dari awal pembuatan, pengisian kuesioner, dan membantu saat menganalisis data yang telah didapat.

**PENGARUH PERSEPSI AUTENTIK TERHADAP CITRA DESTINASI
SERTA IMPLIKASINYA KEPADA KEPUASAN WISATAWAN
DI DESTINASI BUDAYA (STUDI KASUS DI KOTA YOGYAKARTA)**

ABSTRAK

Nurul Hasanah

1605016

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh dari persepsi autentik terhadap citra destinasi serta implikasinya kepada kepuasan wisatawan di destinasi budaya, dengan kota Yogyakarta sebagai lokasi penelitian. Data dikumpulkan dari penyebaran kuesioner dengan teknik *purposive sampling* kepada 210 wisatawan yang pernah berkunjung ke Kota Yogyakarta melalui *direct message* aplikasi *instagram* selama bulan April 2020. Proses analisis data menggunakan analisis jalur dengan variabel persepsi autentik sebagai variabel bebas, variabel kepuasan wisatawan sebagai variabel terikat, dan variabel citra destinasi sebagai variabel mediasi. Penelitian yang dikembangkan secara teoretis dan diuji secara empiris menunjukkan bahwa persepsi autentik berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui citra destinasi. Studi ini dapat memberikan kontribusi bagi pengelola kawasan wisata warisan budaya untuk lebih memahami perihal persepsi autentik yang cukup penting untuk menjaga serta meningkatkan kepuasan wisatawan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Persepsi Autentik, Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan

**THE EFFECT OF PERCEIVED AUTHENTICITY ON DESTINATION
IMAGE AND ITS IMPLICATIONS TO TOURIST SATISFACTION
IN CULTURAL DESTINATION (A CASE STUDY IN YOGYAKARTA)**

ABSTRACT

Nurul Hasanah

1605016

The purpose of this study is to examine the effect of perceived authenticity on destination image and its implications for tourist satisfaction in cultural destinations with the city of Yogyakarta as a research location. Data were collected from distributing questionnaires using the purposive sampling technique to 210 tourists who had visited Yogyakarta through the direct message of the Instagram application during April 2020. The data analysis process used path analysis with perceived authenticity variables as the bebast variable, tourist satisfaction variables as the terikatt variable, and destination image variable as the mediating variable. Research that developed theoretically and empirically tested shows that perceived authenticity has a positive effect on tourist satisfaction both directly and indirectly through destination image. This study can contribute to the management of cultural heritage tourism areas to better understand the perceived authenticity because it is important to maintain and increase tourist satisfaction. Also, the results of this study can be a reference for further research.

Keywords: Perceived Authenticity, Destination Image, Tourist Satisfaction

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Persepsi Autentik Dalam Konteks Wisata Warisan Budaya	8
B. Citra Destinasi	9
C. Kepuasan Wisatawan.....	11
D. Penelitian Terdahulu.....	12
E. Kerangka Berpikir	13
F. Perumusan Hipotesis.....	14
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Lokasi Penelitian	17
B. Desain Penelitian	17
C. Populasi dan Sampel	18
1. Populasi Penelitian.....	18
2. Sampel Penelitian.....	19

D. Metode Pengumpulan Data	21
1. Sumber Data.....	21
2. Teknik Pengumpulan Data.....	21
E. Variabel Penelitian & Operasional Variabel	22
F. Instrumen Penelitian	24
G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	25
1. Uji Validitas	25
2. Uji Reliabilitas	27
H. Teknik Analisis Data	29
1. Teknik Analisis Data Deskriptif	29
2. Analisis Data Verifikatif	30
3. Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
B. Profil Responden	40
C. Hasil Analisis Deskriptif	42
1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Autentik.....	42
2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Destinasi	44
3. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Wisatawan.....	45
D. Uji Prasyarat.....	46
1. Uji Normalitas.....	46
2. Uji Multikolonieritas.....	47
3. Uji Heteroskedastisitas.....	47
E. Uji Hipotesis	48
1. Uji Hipotesis 1	48
2. Uji Hipotesis 2 & 3	51
3. Uji Hipotesis 4	52
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
1. Pengaruh Persepsi Autentik Terhadap Citra Destinasi	57
2. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan	58
3. Pengaruh Persepsi Autentik Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	59

4. Pengaruh Persepsi Autentik Terhadap Kepuasan Wisatawan Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Keterbatasan Penelitian	63
C. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Peta Kota Yogyakarta.....	17
Gambar 3.2 Model Diagram Jalur.....	32
Gambar 4.1 Keraton Yogyakarta	37
Gambar 4.2 Pura Pakulaman.....	37
Gambar 4.3 Malioboro	38
Gambar 4.4 Kawasan Kotagede	39
Gambar 4.5 Museum Sandi, Kotabaru	40
Gambar 4.6 Grafik Uji Normalitas.....	46
Gambar 4.7 Grafik Uji Heteroskedastisitas	48
Gambar 4.8 Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris X terhadap Y	50
Gambar 4.9 Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris X terhadap Z melalui Y..	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Yogyakarta 5 Tahun Terakhir	4
Tabel 3.1 Operasional Variabel X,Y,Z	24
Tabel 3.2 Skala Likert	25
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel	26
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	28
Tabel 3.5 Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden	30
Tabel 3.6 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi	33
Tabel 4.1 Profil Responden	40
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Autentik di Kota Yogyakarta	43
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Citra Destinasi di Kota Yogyakarta	44
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Wisatawan	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.6 Uji Multikolonieritas	47
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Regresi Jalur X Terhadap Y	49
Tabel 4.8 Koefisien Jalur X Terhadap Z dan Y Terhadap Z	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Anova X dan Y Terhadap Z	53
Tabel 4.10 Koefisien Korelasi & Determinan Jalur X dan Y Terhadap Z	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	69
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	72
Lampiran 3 Dokumentasi Pembagian Kuesioner Melalui Instagram	78
Lampiran 4 Surat Keputusan Dosen Pembimbing	79
Lampiran 5 Buku Bimbingan.....	80
Lampiran 6 Riwayat Hidup	81

DAFTAR PUSTAKA

- Apostolakis, A. (2003) The Convergence Process in Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*. 795-812
- Artuğer, S., et al.. 2013. The Effect of Destination Image on Destination Loyalty: Application in Alanya. *European Journal of Business and Management*, 124-136
- Ashworth, G., & Larkham, P. (2013). *Building a New Heritage (RLE Tourism)*. London: Routledge.
- Babin, B., & Harris, E. (2014). *Consumer Behaviour*. Stamford: CT Cengage Learning.
- Baverland, M, B., & Farrelly, F, j. (2010) The Quest for Authenticity in Consumption: Consumers' Purposive Choice of Authentic Cues to Shape Experienced Outcomes. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 838-856
- Bramasta, D. (2019). Masuk Daftar Kota Terindah di Asia Versi CNN, Ini Kisah Kotagede Yogyakarta. [online]. Tersedia: <https://www.kompas.com/tren/read/2019/08/29/080649765/masuk-daftar-kota-terindah-di-asia-versi-cnn-ini-kisah-kotagede-yogyakarta> Diakses pada tanggal 20 Februari 2020
- Bryce, D., et al. (2015). Visitors' engagement and authenticity: Japanese heritage consumption. *Tourism Management*, 571-581.
- Chaudhary, M., & Aggarwal, A. (2012). Tourist Satisfaction and Management of Heritage Sites in Amritsar. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 47-61.
- Chen, C., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intention?. *Tourism management*, 1115-1122
- Chiu, W., et al. (2016) The Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction on Tourist Loyalty: a Case Study of Chinese Tourist in Korea. *Internastional Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 223-234.
- Coban, S. (2010). The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia. *European Journal of Social Science*, 222-232.

- Fauziah, S. (2017). Yogyakarta Pertegas Citra Sebagai Tujuan Wisata Budaya. [online]. Tersedia: <https://www.brilio.net/jalan-jalan/yogyakarta-pertegas-citra-sebagai-tujuan-wisata-budaya-ini-alasannya-170616j.html>. Diakses pada tanggal 20 Februari 2020
- Frost, W. (2006). Braveheart-ed Ned Kelly: Historic Films, Heritage Tourism and Destination Image. *Tourism Management*. 247-254.
- Gay, Mills, & Airasian. (2009). *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications (9th edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Geng, C., Chi, Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 624-636.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanif, A., Mawardi, M. K., & Kusumawati, A. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 44-52.
- Khalika, N. (2019). Mengintip Puro Pakualaman, Istana Kerajaan yang Lain di Yogyakarta. [online]. Tersedia <https://jogja.idntimes.com/travel/destination/nindias-khalika/mengintip-puro-pakualaman-istana-kerajaan-yang-lain-di-yogyakarta>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2020.
- Khotimah, K., Wilopo, & Hakim, L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus Pada Kawasan Situs Trowulan Sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 56-65.
- Kirom, N., Sudarmiatin, Purta, I. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan*. 536-546.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, B. (2016). Kotabaru, Jejak Eropa di Yogyakarta yang Kamu Mungkin Belum Tahu. [online]. Tersedia: <https://travel.detik.com/domestic->

- destination/d-3172081/kotabaru-jejak-eropa-di-yogyakarta-yang-kamu-mungkin-belum-tahu. Diakses pada tanggal 20 Februari 2020.
- Lee, S. et al. (2015). Heritage Tourism in Singapore Chinatown: A Perceived Value Approach to Authenticity and Satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 981-998.
- Lovelock, C. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks
- Lu, L., Chi, C. G., & Liu, Y. (2015). Authenticity, involvement, and image : Evaluating tourist experiences at historic districts. *Tourism Management*, 85-96.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Murdiyastomo, A. (2017). *Budaya Lokal dan Perkembangan Pariwisata di Yogyakarta*. Yogyakarta: Ilmu Sejarah FIS UNY.
- Middleton, V., & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Elsevier.
- Naoi, T. (2004). Visitors' evaluation of a historical district: The roles of authenticity and manipulation. *Tourism and Hospitality Research*, 45-63.
- Narimawati, U. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Penerbit Genesis.
- Ramkissoo, H., & Uysal, M. (2011). The Effects of Perceived Authenticity, Information Search Behaviour, Motivation and Destination Imagery on Cultural Behavioural Intentions of Tourist. *Current Issues in Tourism*. 537–562
- Reknoningtyas, T. (2016). *Aksesibilitas di Kawasan Wisata Heritage Kotagede*. Tesis. UGM Yogyakarta: Tidak diterbitkan.
- Rickley-Boyd. (2012). Authenticity and Aura: a Benjaminian approach to Tourism. *Annals of Tourism Research*. 268-289
- Riduwan. (2007). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Dalam Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2012). *Path Analysis Dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Sendari, A. (2019). 6 Tempat Wisata di Yogya Dekat Malioboro. [online]. Tersedia: <https://hot.liputan6.com/read/4034151/6-tempat-wisata-di-jogja-dekat-malioboro-bisa-jalan-kaki>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2020.
- Sevilla, C. G. (2007). *Research Methods*. Quezon: Rex Printing Company.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sujarweni, & Wiratna, V. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Suyoto, A. (2008). Pengembangan Pariwisata di Yogyakarta dengan Memerhatikan Kelestarian Budaya. [online]. Tersedia: <https://agsuyoto.wordpress.com>. Diakses pada tanggal 10 Februari 2020.
- Tanpa nama. (2019). *Kota Yogyakarta dalam Angka*. Yogyakarta: BPS Kota Yogyakarta
- Tanpa nama. (2017). Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat. [online]. Tersedia: <https://www.kratonjogja.id/cikal-bakal>. Diakses pada 10 Mei 2020.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tumanggor, F. (2019). Kendala Lima Kawasan Heritage Yogyakarta. [online]. Tersedia: <https://www.tagar.id/kendala-lima-kawasan-heritage-yogyakarta>. Diakses pada tanggal 10 Februari 2020.
- Patria, T. A. (2015). Dinamika Perkembangan Pariwisata Pusaka: Tinjauan Dari Sisi Penawaran Dan Permintaan Di Kota Bandung. *Binus Business Review*, 169-183.
- Prayag, G. (2008). Image, Satisfaction, and Loyalty – The Case of Cape Town. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 205-224.
- Yuwono, M. (2018). *Pariwisata Yogyakarta Mulai Kehilangan Rohnya*. Yogyakarta: Kompas.